

Cristina Nistor

Acoperirea mediatică a situațiilor de criză

CRISTINA NISTOR

**ACOPERIREA MEDIATICĂ
A SITUATIILOR DE CRIZĂ**

PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ

2015

Referenți științifici:

Prof. univ. dr. Traian Rotariu
Prof. univ. dr. Ilie Rad
Prof. univ. dr. Mihai Coman
Prof. univ. dr. Steven Knowlton

ISBN 978-973-595-860-2

© 2015 Autoarea volumului. Toate drepturile rezervate. Reproducerea integrală sau parțială a textului, prin orice mijloace, fără acordul autoarei, este interzisă și se pedepsește conform legii.

Universitatea Babeș-Bolyai
Presa Universitară Clujeană
Director: Codruța Săcelelean
Str. Hasdeu nr. 51
400371 Cluj-Napoca, România
Tel./fax: (+40)-264-597.401
E-mail: editura@edituraubbcluj.ro
<http://www.edituraubbcluj.ro>

*„9/11 was the day
when the unreal
became the unimaginable.”*

The New York Times

Cuprins

Introducere	9
I. Industria media.....	17
I.1. Perspective asupra industriei media.....	17
I.2. Funcțiile mass-media	21
I.2.1. Funcția de informare	21
I.2.2. Funcția de interpretare și cea de supraveghere	23
I.2.3. Funcția de divertisment (și de <i>infotainment</i>)	23
I.2.4. Alte funcții ale presei.....	24
I.3. <i>News Framing</i> și <i>Agenda-setting</i>	26
I.4. Relația dintre mass-media și politică	30
II. Producția mediatică. Publicul și consumul media	37
II.1. Conceptul de știre și publicul media	37
II.2. Profesia de jurnalist.....	45
III. Comunicarea de criză	49
III.1. Delimitări conceptuale	49
III.2. Relația autorităților cu mass-media în situații de criză	53
III.3. Managementul comunicării de criză	55
IV. Conceptul de terorism mediatic	65
IV.1. Delimitări conceptuale și tipologii	65
IV.2. Terorismul mediatic	66

V. Comunicarea mediatică în cazul atacurilor teroriste de la	
11 Septembrie 2001 din Statele Unite ale Americii – „9/11”.....	73
V.1. Cronologia evenimentelor.....	73
V.2. Raportul oficial al Comisiei 9/11	79
V.3. „9/11”: în sondajele Gallup	81
V.4. „9/11”: în registru de <i>breaking-news</i>	83
V.5. „9/11”: în programele de televiziune și de radio.....	86
V.6. „9/11”: în presa scrisă și fotojurnalism	88
V.7. „9/11”: „ <i>Mitul eroului salvator</i> ”	95
VI. Acoperirea mediatică a crizei de la 11 Septembrie 2001	
din SUA - „9/11” în presa scrisă.....	99
VI.1. Metodologia cercetării	99
VI.2. „9/11” în edițiile speciale ale presei scrise americane.....	103
VI.3. „9/11” în principalele publicații din SUA	115
VI.4. Rezultatele analizei	121
VII. Perspective critice asupra comunicării mediatic	
a cazului 9/11	123
VII.1. Zvonuri <i>versus</i> informații verificate	123
VII.2. Tehnici de manipulare și de distragere	
a atenției publice prin spectacolul mediatic	127
VIII. Concluzii.....	135
VIII.1. Ghid de comunicare mediatică	
și practică jurnalistică în cazul situațiilor de criză	135
VIII.2. Considerații finale,	
posibile teme de continuare a cercetării	140
Bibliografie	145

Introducere

Comunicarea mediatică reprezintă o dimensiune fundamentală a oricărei situații de criză. Industria media din ultimele decenii, marcate de un ritm fără precedent în dezvoltarea și inovația tehnologică, determină modificări semnificative la nivelul comunicării publice. Spațiul public mediatic devine, prin expunerea, utilizarea și imersiunea continuă a individului la media și la toate tehnologiile de informare și de comunicare, un *mediapolis* (Deuze, 2011) unde media susține și asigură experiențele și comunicarea cotidiană, iar viața trăită mai degrabă *în media*, decât *cu media*, ar putea fi considerată referință ontologică pentru studiile media din secolul 21.

Managementul de criză integrează strategii comprehensive de comunicare – *de tip intern*, adresând mesaje în interiorul propriei instituții sau organizații, respectiv *de tip extern*, cu rolul de a transmite un flux informațional corect și cuprinzător pentru presă și pentru întreaga comunitate. O o criză se poate declanșa oricând, de cele mai multe ori, în mod neașteptat, iar viteza derulării faptelor poate fi copleșitoare. Din aceste

Acoperirea mediatică a situațiilor de criză

motive mecanismele și instrumentele specifice comunicării de criză trebuie să fie stabilite și însușite în mod anticipat de către echipele profesioniste de comunicatori. Gestionarea unei situații de criză este o provocare pe care fiecare organizație sau comunitate o întâmpină, dar în fața căreia multe pot eșua, explică cercetătorul Timothy Coombs în volumul său intitulat *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing and Responding*. Nivelul de așteptări din partea publicului a devenit din ce în ce mai ridicat, conform acestuia – în astfel de situații, în primul rând, cetățenii au nevoie de informații corecte și complete cu referire la cauze, la urmări și la posibilele efecte ale respectivei crize, iar în al doilea rând, aceștia au nevoie de un sistem instituțional funcțional într-un interval foarte scurt de timp.

Volumul de față se bazează pe cercetarea cu titlul *Acoperirea mediatică a situațiilor de criză. Studiu de caz 11 septembrie 2001* care constituie lucrarea de doctorat a autorului, realizată în cadrul programului de studii doctorale de la Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca. Stagiul de cercetare doctorală a fost efectuat la New York University și la The Center on Organizational Innovation de la Columbia University din New York, unde au fost consultate resursele disponibile la librăriile și la centrele de cercetare de la cele două universități. Partea de consultare bibliografică a fost completată de participarea la conferințe și cursuri în sfera temei doctorale, alături de o serie de discuții referitoare la 9/11 cu jurnaliști și cu profesori de journalism din New York. Referințele

bibliografice au fost completate în cadrul altor stagii de cercetare efectuate de autor la Biblioteca Comisiei Europene din Bruxelles, respectiv la Biblioteca Institutului de Comunicare, Universitatea Ludwig Maximilians, Munchen, Germania.

În lucrare sunt analizate principalele mecanisme de funcționare a presei și a comunicării media în cazurile situațiilor de criză, demersul concentrându-se pe modul în care a fost construită mediatic *ziua de 11 septembrie* sau, conform denumirii consacrate din limba engleză, *9/11*. Argumentul principal pentru alegerea subiectului este relevanța profesională a temei cercetate – *comunicarea de criză* (instituțională, dezastre naturale, conflicte armate, atacuri teroriste și altele) are un anumit specific determinat de provocările cu care se confruntă comunicatorii, de limitările de timp, de accesul redus la informație oficială și verificată pentru jurnaliști, respectiv de un consum sporit de media cauzat de nevoia publicului de a afla cât mai repede, cât mai corect și cât mai complet răspunsurile la o serie de întrebări jurnalistiche fundamentale – *ce?* și *cum s-a întâmplat?* și mai ales *de ce?* a avut loc respectiva criză.

Suportul teoretic al lucrării cuprinde trimiteri bibliografice la studii de referință, prezentând aspecte interdisciplinare referitoare la teorii ale comunicării mediatice, delimitări conceptuale cu privire la funcțiile mass-media (*funcția de informare*, *funcția de supraveghere*, *funcția de interpretare* și altele) și la teoriile de *news framing*. În capitolul doi, intitulat *Producția mediatică. Publicul și consumul media*, se oferă delimitările conceptuale pentru concepte precum *știre*, *public consumator* de

Acoperirea mediatică a situațiilor de criză

media, profesia de jurnalist și, în cele din urmă, relația dintre media și public. Începând din capitolul trei, lucrarea se concentreză pe *comunicarea de criză*, fiind prezentate definiții, tipologii ale situațiilor de criză, relația autorităților cu mass-media în situații de criză și specificul managementului comunicării de criză. În acest context, a fost introdus un capitol care prezintă succint conceptul de *terorism mediatic* și relația dintre terorism și media, în condițiile în care mediatizarea este considerată *oxigenul terorismului*.

Partea a doua a lucrării propune o cercetare a *acoperirii mediatice a atacurilor teroriste de la 11 Septembrie 2001 din SUA*, cunoscut sub denumirea de „9/11”, care a fost, la momentul respectiv, un caz fără precedent în ceea ce privește nivelul mediatizării. „9/11” a fost cea mai mare provocare jurnalistică din istoria presei americane, iar locul principal în care s-au derulat evenimentele a fost tocmai New York City (adică o veritabilă capitală media, o parte semnificativă din principalele instituții internaționale de presă având sediul central aici). Pentru mass-media, prima reacție a constat în confuzie, urmată de neputință de a crede, revoltă și lacrimi, declară un fost editor de la Portland Press Herald, după care a urmat aproape inumana provocare pentru jurnaliști: *să scrie despre toate acestea* (www.poynter.ro). În contextul unui sistem de presă în care instituțiile dominante erau televiziunea, presa scrisă și radioul (în 2001, jurnalismul și comunicarea în mediul online se aflau abia în perioada de început), jurnaliștii din New York și din Washington au pregătit, în doar cîteva ore

de la dintâi atac, primele sute de materiale de presă: editoriale, ştiri, reportaje, alături de primele sute de fotografii.

Structurată pe două capitole ample – *Comunicarea mediatică în cazul atacurilor teroriste de la 11 Septembrie 2001 din Statele Unite ale Americii*, respectiv *Acoperirea mediatică a crizei de la 11 Septembrie 2001 din SUA – „9/11” în presă scrisă* – cercetarea include: o prezentare cronologică a principalelor detalii din ziua atacurilor, referiri la *Raportul oficial al Comisiei „9/11”* (insistându-se pe rezultatele oficiale ale Comisiei referitoare la mass-media), date despre opinia publică americană conform sondajelor efectuate în preajma atacurilor, informațiile transmise în registru de breaking-news, respectiv în programele de televiziune, de radio, în presă scrisă (fotojurnalism). Partea dedicată comunicării mediatiche a crizei se încheie cu prezentarea *mitului eroului salvator*. În continuarea cercetării, este analizată acoperirea mediatică a crizei de la 11 Septembrie 2001 din SUA în presă scrisă, după cum urmează: „9/11” în edițiile speciale ale presei scrise americane (140 de ediții speciale); și „9/11” în principalele publicații din SUA (*The New York Times, The Washington Post, The New York Post, USA Today, Chicago Sun și San Francisco Chronicle*). Obiectivele cercetării sunt: *Analiza producției mediaticice a cazului 9/11. Identificarea unor categorii de news-framing*. Întrebările de cercetare sunt: *A existat un mesaj unitar transmis de presă americană în edițiile speciale din 11 septembrie 2001 (în contextul diferențelor politicilor editoriale și de format)? Care este specificul producției mediaticice în comunicarea de criză?* Dat fiind că, și de această

Acoperirea mediatică a situațiilor de criză

dată, au existat numeroase perspective critice cu privire la comunicarea mediatică a cazului de la 11 Septembrie 2001, cercetarea cuprinde și câteva referiri la teoriile despre *tehniciile de distragere a atenției publice prin spectacolul mediatic*.

În ultimul capitol, lucrarea propune un *Ghid practic de comunicare mediatică și practică jurnalistică în situații de criză* care conține o sinteză a principalelor metode și tehnici specifice comunicării de criză dezvoltate în capitolele teoretice și practice. Volumul se încheie cu o serie de considerațiile finale și cu formularea unor posibile teme de continuare a prezentei cercetării, alături de referiri la *New Yorkul post „9/11”*.

Bibliografie

1. Abel, Scott; Miller, Andrea; Filak, Vincent F., *TV Coverage of Breaking News in First Hours of Tragedy*. In: Elinor Kelley Grusin; Sandra H. Utt (Eds.): *Media in an American Crisis: Studies of September 11, 2001*. Lanham: University Press of America, 105-116, 2005.
2. Abrudan, Elena (coordonator), *Perspective asupra producției media*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2007.
3. Adams, Amy Ann; Husselbee, Paul, *Seeking instructional value: Publication of disturbing images in small communities*, Newspaper Research Journal, 1996.
4. Albert, Pierre; Tudesq, Andre-Jean, *Istoria radioteleviziunii*, Editura Institutul European, Iași, 2003.
5. Allan, Stuart (editor), *The Routledge Companion to News and Journalism*, Routledge, New York, 2010
6. Altheide, David L., *Consuming Terrorism*, University of California Press, volumul 27, 2004.
7. American Press Institute, <http://www.americanpressinstitute.org/> (accesat 2008).
8. Anker, Elisabeth, *Villains, Victims and Heroes: Melodrama, Media, and September 11*, Journal of Communication, Martie, 2005.
9. Argenti, Paul A., Crisis Communication: Lessons from 9/11, HARVARD BUSINESS REVIEW, December 2002 Issue, <https://hbr.org/2002/12/crisis-communication-lessons-from-911> (accessed May 2015)

10. Balkin, J.M., *How Mass-media Simulate Political Transparency*, 1998, Yale University, www.library.yale.edu accesat 2015
11. Balle, Francis, *Médias et sociétés* – 5é editon, Montchrestien, 1990.
12. Beciu, Camelia, *Politica discursivă; Practici politice într-o campanie electorală*, Editura Polirom, 2000.
13. Bennett, Lance, *News; The Politics of Illusion*, Editura Longman, New York, 1988.
14. Bertrand, Claude-Jean, *O introducere în presa scrisă și vorbită*, Traducere coordonată de Mirela Lazăr, Editura Polirom, Iași, 2001.
15. Blethen, Frank, *The Consequences of corporate ownership*, Nieman Reports, Cambridge, 2002.
16. Breton, Philippe; Proulx, Serge, *L'explosion de la communication – sciences et société*, Boréal, Paris, 1993.
17. Bryant, Jennings; Zillmann, Dolf, *Media Effects – Advances in Theory and Research*; Hillsdale, New Jersey, 1994.
18. Calhoun, Craig *et alii*, *Understanding September 11*, New Press, 2002.
19. Cali, Dennis D., *Journalism After 11 September: Unity as Moral Imperative*, Journal of Mass-media Ethics, East Carolina University, 2003.
20. Carey, James, *American Journalism, on, before, and after September 11*, in volume *Journalism After September 11*, edited by Barbie Zelizer and Stuart Allan, Routledge, 2003,
21. CMECIU, Camelia; COMAN, Cristina; PĂTRUȚ, Monica; TEODORAȘCU, Fănel, *News Media Framing of Preventable Crisis Clusters. Case Study: Newborn Babies Killed in the Fire at a Romanian Hospital*, in *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, No. 44 E/2015, pp. 42-56, <http://rtsa.ro/tras/index.php/tras/article/view/424> (accesat 2015)

22. Coman, Cristina, *Relațiile publice – principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001.
23. Coman, Cristina, *Relațiile publice și mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2000.
24. Coman, Mihai, *Din culisele celei de-a patra puteri*, Editura Carro, București, 1996.
25. Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass-media*, Editura Polirom, Iași, 1999.
26. Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2007.
27. Coman, Mihai, *Mass-media în România post-comunistă*, Editura Polirom, Iași, 2003.
28. Coman, Mihai, *Mass-media, mit și ritual. O perspectivă antropologică*, Editura Polirom, Iași, 2003.
29. Cook, E. Timothy, *Governing with the News - The News Media as a Political Institution*, The University of Chicago Press, 1998.
30. Coombs, W. Timothy, *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*, Sage, 2015
31. Craft, Stephanie, *U.S. Public Concerns in the Aftermath Of 9-11: A Test of Second Level Agenda-Setting*, International Journal of Public Opinion Research, 2004.
32. Danciu, I., Maxim, *Mass-media, comunicare&societate*, Editura Tribuna, Cluj-Napoca, 2003.
33. Defleur, L., Melvin; Ball-Rokeach, Sandra, *Teorii ale comunicării de masă*, Editura Polirom, Iași, 1999.
34. Delcea,Cristian, *Psihologia terorismului, studiu psihologic asupra teroriștilor*, Editura Albastră, Cluj-Napoca, 2004.
35. Deuze, Mark, article Media Life, in Media, Culture and Society, Sage, 2011, <http://mcs.sagepub.com/content/33/1/137>, accesat 2014

36. Edelman, Murray, *Constructing the Political Spectacle*, The University of Chicago Press, Chicago and London, 1999.
37. Eisman, April, *The Media Manipulation: Patriotism and Propaganda – Mainstream News in the United States of America in the weeks following September, 11*, Critical Quarterly, vol. 45.
38. Forte, Duhe; Zoch, Lynn, *Framing the media's agenda during a crisis*, Public Relations Quarterly, 1995.
39. Foucault, Michel, *L'ordre du discours*, Editura Galimard, Paris, 1971.
40. Gamble, Michael; Gamble, Teri Kwal, *Introducing Mass Communication*, Library of Congress, 1986.
41. Ghidul managerului de presă, Editura Humanitas, Bucureşti, 2007.
42. Gilbert, Allison et alii, *Covering Catastrophe: Broadcast Journalists Report September 11*, www.proquest.com (accesat 2007).
43. Giles, Bob, *The vital role of the press in a time a national crisis*, Nieman Reports, volumul 56, Cambridge 2002.
44. Gruber, Doris, *Mass-media and American Politics*, University of Illinois at Chicago, Fourth Edition, Washington D.C., 1997.
45. Greg Philo and Mike Berry (Glasgow University Media Group), *Bad News from Israel*, London: Pluto Press, 2004.
46. Grosu Popescu, Eugenia, *Jurnalism radio – Specificul radiofonic*, Editura Teora, Bucureşti, 1998.
47. Guéhennon, J., *Sfârşitul democrației*, Editura Polirom, Iaşi, 1993
48. Guido H. Stempel III, Thomas Hargrove, *Newspapers played major role in terrorism coverage*, Newspaper Research Journal, volum 24, Athens, 2003.
49. Haas, Michael H., Uwe Frigge, Gert Zimmer, *Radio management – Manualul jurnalistului de radio*, Editura Polirom, Iaşi, 2001.
50. Halimi, Serge, *Noii câini de pază*, Editura Meridiane, Bucureşti, 1999.

51. Hanson, Christopher, *Communication and Terrorism, Covering Catastrophe*, Journalism and Mass Communication Quarterly, 2003.
52. Hartley, John, *Discursul știrilor*, Editura Polirom, Iași, 1999.
53. Henninger, Daniel, *Wonder Land: September 11 Now Belongs To Television*, Wall Street Journal (Eastern Edition), New York, 2002.
54. Hentea, Calin, *150 de ani de razboi mediatic. Armata si presa in toimp de razboi*, Editura Nemira, Bucuresti, 2000.
55. Hershberg, Eric; Moore, Kevin, *Critical Views of September 11: Analyses from around the World*, New Press, 2002.
56. Irby, Kenneth, *Publishing Frozen Moments*, 2002, www.poynter.org
57. Jeanneney, Jean-Noel, *Une histoire de médias – dés origines à nos jours*; Editions du Seuil, Paris, 2000.
58. Joanescu, Irene, *Radioul modern, Tratarea informației și principalele genuri informative*, Editura All Educational, București, 1999.
59. Jukes, Stephen, *Real-time responsibility*, *Harvard International Review*, 24(2) Summer, 2002.
60. Kapferer, Jean-Noel, *Zvonurile – cel mai vechi mijloc de informare din lume*, Editura Humanitas, București, 1993.
61. Kellner, Douglas, *Bushspeak and the Politics of Lying: Presidential Rethoric in the „War on Terror”*, *Presidential Studies Quarterly*, 2007.
62. Kellner, Douglas, *Media Culture*, Editura Routledge, New York, 1995.
63. Kellner, Douglas, *The Media In and After 9/11*, *International Journal of Communication*, <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/197/102> (accesat 2015)
64. Kellner, Douglas, *9/11, Spectacles of Terror, and Media Manipulation: A Critique of Jihadist and Bush Media Politics*, <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/> accesat 2015.

65. Kimbrell, Andrew, *Confronting evil*, San Francisco, 2001.
66. Kitch, Carolyn, *Mourning in America: ritual, redemption, and recovery in news narrative after September 11*, Journalism Studies, Volume 4, Issue 2, Temple University, 2003.
67. Kovach, Bill; Rosenstiel, Tom, *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*, Completely Updated and Revised, Three Rivers Press, 2007
68. Kratzer Renee Martin; Kratzer., Brian, *How newspapers decided to run disturbing 9/11 photos*, Newspaper Research Journal, Athens, 2003.
69. Kunczik, Michael, Astrid Zipfel, *Introducere în știința publicistica și a comunicării; Manual de știința comunicării*, Editura Presa Universitară Clujeană, 1998.
70. Laverin, Bertho, Catherine, *La democratie et les médias au 20^e siècle*, Armand Colin, Paris, 2000.
71. Lochard, Guy, Boyer, Henry, *Comunicarea mediatică*, Institutul European, Iași, 1999.
72. Mattelart, Armand; Mattelart, Michele, *Istoria teoriilor comunicării*, Editura Polirom, Iași, 2001.
73. McCombs, Maxwell; Ghanem, Salma I., *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*, Routledge, 2001
74. McLuhan, Marshall, *Mass-media sau mediul invizibil*, Editura Nemira, București, 1997.
75. McQuail, Denis, *Comunicarea*, Institutul European, Iași, 1999.
76. Miege, Bernard, *Informație și comunicare. În căutarea logicii sociale*, Editura Polirom, Iași, 2008.
77. Moskovitz, Mike, *Managing the media during a crisis*, The American City & County. Pittsfield, volumul 114, 1999.
78. Murray Edelman, *Constructing the Political Spectacle*, The University of Chicago Press, Chicago, 1988.

79. Nacos, Brigitte L., *Terrorism as Breaking News: Attack on America*, Political Science Quarterly, New York, 2003.
80. Nistor, Cristina, *Restructuring News Media in the Information Age*, in the volume *Globalization and Intercultural Dialogue. Multidisciplinary Perspectives*, (Ed. Iulian Boldea), Editura Arhipelag XXI, 2014
81. Norris, Pippa; Kern, Montague; Just, Marion, *Framing Terrorism: The News Media, the Government and the Public*, Routledge, 2004
82. Patterson, Thomas, *Out of Order*, Vintage Books, New York, 1994.
83. Petcu, Marian, *Istoria presei române*, Editura Tritonic, Bucureşti, 2002.
84. Pop, Doru, *Mass-media și politica; Teorii, structuri, principii*, Institutul European, 2000.
85. Pop, Doru, *Obsesii sociale*, Colecția "Eseuri de ieri și de azi", Editura Institutul European, 1998.
86. Postman, Neil, *Amusing Ourselves to Death – Public Discourse in the Age of Show Business*, Penguin Books, 1986.
87. Prever, David, *Media: Finding the right words*, The Guardian Manchester, <http://www.theguardian.com/media/2001/oct/01/Mondaymediasection.september112001>, accesat 2008.
88. Rad, Ilie, *Cum se scrie un text științific în domeniul disciplinelor umaniste*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2008.
89. Rad, Ilie, *Stilistică și mass-media*, Editura Excelsior, Cluj-Napoca, 1999.
90. Ramonet, Ignacio, *Tirania comunicării*, Editura Doina, Bucureşti, 2000.
91. Rayner, Philip; Wall, Peter; Kruger, Stephen, *Media Studies: The Essential Introduction*, Editura Routledge, New York, 2001.
92. Rieffel, Remy, *Sociologia mass-media*, Editura Polirom, Iaşi, 2008.
93. Rimé, Bernard, *Comunicarea socială a emoțiilor*, Editura Trei, Bucureşti, 2007.

94. Rotariu, Traian; Iluț, Petru, *Ancheta sociologică și sondajul de opinie, Teorie și practică*, Editura Polirom, Iași, 2001.
95. Rotariu, Traian; Iluț, Petru, *Sociologie*, ediția a II-a, Editura Mesagerul, Cluj-Napoca, 1996.
96. Saluren, Michael; Stacks, Don, *An Integrated Approach to Communication – Theory and Research*, Mahwah, New Jersey, 1996.
97. Severin, Werner J.; Tankard, James W. Jr, *Perspective asupra Teoriilor Comunicării de Masă*, Polirom, 2004.
98. Siune, Karen; Truetzscher, Wolfgang, *Dynamics of Media Politics and Electronic Media in Western Europe*, The Euromedia Research Group.
99. Stempel III, Guido H; Hargrove, Thomas, *Newspapers played major role in terrorism coverage*, Newspaper Research Journal, 2003.
100. Stevenson, L., Robert, *Global Communication in the Twenty-First Century*, University of North Carolina at Chapel Hill, Longman, 1994.
101. Stociu, Andrei, *Comunicare politică – cum se vând idei și oameni*, Editura Humanitas, București, 2000.
102. Szabo, Lucian-Vasile, *Libertate și comunicare în lumea presei*, Editura Amarcord, Timișoara, 1999.
103. The Poynter Institute, *Colecția de resurse online 11 Septembrie 2001*, <http://www.poynter.org/news/mediawire/1471/september-11-2001-resources/>
104. Ulmer, Robert R.; Sellnow, Timothy L.; Seeger, Matthew W., *Effective Crisis Communication: Moving From Crisis to Opportunity*, Sage, 2015
105. Van Cuilenburg, J.J.; Scholten, O.; Noomen, G.W., *Știința comunicării*, Editura Humanitas, București, 1991.
106. Wieviorka, Michel, *The Making of Terrorism*, The University of Chicago Press, 1993.

107. Zerman, David, *Crisis Communication: managing the mass-media*, Revista Information Management and Computer Security, volumul 3, Melbourne, 1995.
108. <http://911digitalarchive.org/>
109. <http://americanhistory.si.edu/september11/>
110. <http://september11.archive.org/>
111. <http://www.9-11-2001.org/>
112. <http://www.911citizenwatch.org/>
113. <http://www.9-11commission.gov/>
114. <http://www.911review.com/>
115. http://www.bbc.co.uk/history/recent/sept_11/
116. <http://www.cnn.com/SPECIALS/2001/memorial/>
117. <http://www.journalof911studies.com/>
118. <http://www.pentagonstrike.co.uk/>
119. <http://www.september112001.com/>
120. <http://www.september11news.com/>
121. <http://www.september11news.com/AttackImages.htm>
122. <http://www.september11victims.com/>
123. <http://www.septembereleventh.org/>
124. <http://www.whitehouse.gov/september11/index.html>
125. <http://www.yale.edu>
126. www.brat.ro
127. www.columbia.edu
128. www.nypost.com
129. www.nytimes.com
130. www.nyu.edu
131. www.poynter.org
132. www.usatoday.com
133. www.washingtonpost.com



ISBN: 978-973-595-860-2